

111年專門職業及技術人員高等考試大地工程技師考試
分階段考試(第一階段考試)、驗船師、第一次食品技師考試、
高等暨普通考試消防設備人員考試、普通考試地政士、
專責報關人員、保險代理人保險經紀人及保險公證人考試試題

等 別：普通考試
類 科：人身保險經紀人
科 目：人身保險行銷概要
考試時間：1小時30分

座號：_____

※注意：禁止使用電子計算器。

甲、申論題部分：(50分)

- (一)不必抄題，作答時請將試題題號及答案依照順序寫在申論試卷上，於本試題上作答者，不予計分。
(二)請以黑色鋼筆或原子筆在申論試卷上作答。
(三)本科目除專門名詞或數理公式外，應使用本國文字作答。

一、在 2020 年全球疫情爆發之後，原本已經飽受網路世界電子商務侵襲的實體銷售，再加上世代交替，網路原生世代消費者 (Digital Natives) 行為明顯不同於上一世代，滑世代消費者在社群媒體虛擬社交的時間，比起實體聚會社交來得更多，企業在成功獲得顧客並使顧客產生轉換後，應該思考如何提高及延長顧客的消費意願，透過顧客終身價值 (Lifetime Value) 經營，創造長期極大化企業價值。請說明顧客終身價值是什麼？顧客終身價值能夠為保險經紀人帶來什麼行銷價值？保險經紀人又如何進行顧客終身價值分析？(25分)

二、請以 SWOT 分析說明保險經紀人公司在數位環境下經營特質。隨著時代的演進與科技化設備的迭代更新，通路的發展也到了全通路概念，請說明全通路意涵與因應全通路競爭策略。(25分)

乙、測驗題部分：(50分)

代號：4304

- (一)本測驗試題為單一選擇題，請選出一個正確或最適當的答案，複選作答者，該題不予計分。
(二)共 40 題，每題 1.25 分，須用 2B鉛筆在試卡上依題號清楚劃記，於本試題或申論試卷上作答者，不予計分。

- 1 影響消費者決策過程的宏觀因素不包含下列那一項？
(A)個人生命週期 (B)參考群體 (C)次文化 (D)社會階級
- 2 由金融監督管理委員會頒布之「金融服務業公平待客原則」中，有關保險業遵循此原則的具體規定，與下列那些法令或規定有關？①保險經紀人管理規則、保險代理人管理規則 ②保險業公司治理實務守則 ③外幣保險投資管理辦法 ④保險業招攬及核保理賠辦法 ⑤保險業法 ⑥保險業辦理放款其徵信、核貸、覆審等作業規範
(A)①②④⑤ (B)①②③④⑤ (C)①②④⑥ (D)①②③④⑤⑥
- 3 依照投資型保險投資管理辦法之規定，保險從業人員在銷售此類商品時，應充分揭露相關資訊，下列何者錯誤？
(A)投資標的及其可能風險 (B)相關警語
(C)各項費用 (D)要保人之投資屬性、風險承受能力評估

- 4 根據金融監督管理委員會之規定，銀行通路銷售下列那一種保險商品需要全程錄音？
(A)所有保單 (B)投資型保單 (C)一般保單 (D)生死合險
- 5 有些男性會在婚前購買保險，凸顯其「責任感」，讓女方具有「安全感」，這些「感覺」可做為保險業者區隔市場的變數，這是下列那一項變數？
(A)敏感度 (B)人格特質 (C)價值觀 (D)尋求利益
- 6 開發市場機會對保險公司業務成長是非常重要的，若想以現有的保險商品進攻新市場，此為那一種市場機會？
(A)市場滲透 (B)市場發展 (C)產品發展 (D)多角化經營
- 7 業者以區隔變數進行市場區隔後，接下來是選出理想的目標市場，下列那一項並非挑選目標市場的標準？
(A)目標市場客戶是否優質 (B)目標市場是否可以有效接近
(C)目標市場是否夠大 (D)目標市場是否具有成長潛力
- 8 保險行銷流程需要控制的原因為何？①極小化成本 ②因應環境改變 ③限制錯誤的累積 ④因應組織之複雜性
(A)①② (B)①②③ (C)②③④ (D)①②③④
- 9 依照「保險業辦理電子商務應注意事項」有關網路保險之規定，下列何者錯誤？
(A)財產保險業可透過網路販售含傷害保險或健康保險之綜合保險
(B)可透過網路投保實物給付型保險
(C)財產保險業只能針對要保人或被保險人為自然人時才可透過網路投保
(D)只有當要保人與被保險人為同一人時方可透過網路購買人身保險商品
- 10 所稱微型保險，其商品種類不包括下列那一種？
(A)1年期傳統型生死合險 (B)1年期傳統型定期人壽保險
(C)1年期傷害保險 (D)1年期實支實付型傷害醫療保險
- 11 為配合現代人的生活模式和保險科技的發展趨勢，各家保險業者都努力提升資訊系統功能，許多業者開發出行動裝置上的 APP，讓保戶有更便利與人性化的體驗，此項 APP 的服務是凸顯保險商品的那一項內涵？
(A)保險商品創新 (B)便利購買模式 (C)核心利益 (D)周邊服務
- 12 近來因新冠病毒株不斷變異和高傳染力，造成國內感染人數不斷增加，多家產險公司推出之防疫保單紛紛以停售、改版、降低給付標準、延長生效期間等措施因應，此種現象從行銷市場需求類型而言，是屬於那一種類型？
(A)潛伏需求 (B)過量需求 (C)下降需求 (D)有害需求
- 13 清明連假期間，各家保險公司透過各種管道宣傳，提供免費服務電話，專責協助處理保戶緊急突發狀況，此為服務品質構面的那一項？
(A)同理心 (B)確保（穩定）性 (C)信任性 (D)有形化
- 14 保險商品的銷售方式有商業式銷售與顧問式銷售兩種，兩者之比較，下列何者錯誤？
(A)商業式銷售採取互動方式，顧問式銷售採問答遊戲方式進行
(B)商業式銷售關心產品，顧問式銷售關心顧客
(C)商業式銷售適合單價低、一次性消費，顧問式銷售適合單價高、長期服務
(D)商業式銷售以主觀角度採說服方式進行，顧問式銷售由客觀立場採傾聽方式進行
- 15 保戶於簽訂保險契約實際拿到保單後，發現其所購商品與其原先期望的商品不一致，而產生精神緊張或不愉快的感覺，此情形稱為：
(A)服務缺口 (B)認知失調 (C)產品風險 (D)經驗式學習
- 16 消費者購買保險的目的主要是因應生活中的不確定，可能導致經濟不安全而尋求保障，請問影響保險商品核心利益的主要因素，下列何者錯誤？
(A)心理 (B)風險 (C)保費 (D)時間

- 17 保險產品是無形化商品，其行銷過程與有形產品必然有所不同，下列無形商品行銷管理的特質，何者錯誤？
(A)重視與顧客長久性關係的建立 (B)行銷話術格外重要
(C)著重人員管理 (D)行銷戰略與戰術分離
- 18 隨著醫療技術進步，我國人口壽命延長，老化問題日趨嚴重，加上教育水準提高，傳統觀念逐漸轉變為強調個人主義，在此社會環境變遷下，對那一險種比較會產生不利的影響？
(A)健康保險 (B)死亡保險 (C)年金保險 (D)傷害保險
- 19 在現今競爭激烈的保險市場已不適合用標準化保單來滿足消費者的需求，差異行銷是重要的。差異行銷有所謂 STP 的作法，STP 包含那三個步驟？①制定策略 ②產品定位 ③促銷 ④選定市場 ⑤市場區隔
(A)①④③ (B)④③② (C)⑤④③ (D)⑤④②
- 20 保險業者定期舉辦路跑活動、全國義賣、單車環臺公益、捐血、希望工程等大型活動，各種媒體會進行報導，達到宣揚公司經營理念，提升企業形象的目的。請問舉辦此類活動是屬於那一種行銷溝通要素？
(A)廣告 (B)公共關係 (C)銷售促進 (D)人員銷售
- 21 壽險業之經營可分為「業務」與「財務」兩方面，而行銷與核保、理賠均屬於「業務經營」之一環，壽險業欲追求利潤極大化，請問與業務經營相關的利潤主要來自下列那些項目？①死差益 ②利差益 ③保差益 ④費差益
(A)①② (B)①④ (C)①②④ (D)①②③④
- 22 保險業拍攝感人的微電影，讓網友自發性的轉寄給朋友，一傳十、十傳百，以達到宣傳的效果。這種行銷的方式稱之為：
(A)部落格行銷 (B)集中化行銷 (C)便利性行銷 (D)病毒式行銷
- 23 消費者欲出國，抵達機場才想起尚未投保旅行平安保險，便緊急在機場航廈裡的保險公司櫃台投保。這種旅行平安保險屬於那一類型的商品？
(A)忽略品 (B)選購品 (C)便利品 (D)特殊品
- 24 當新冠肺炎 (COVID-19) 疫情出現，保險公司順勢推出防疫保單。這種行銷模式可稱為：
(A)事件行銷 (B)差異行銷 (C)社會行銷 (D)公益行銷
- 25 壽險業務員的服務態度、服務方式以及問題處理的技巧……等，都維持在一致且精確的水準之上。這是那種服務品質的表現？
(A)回應熱誠的表現 (B)信賴感的表現
(C)同理心的表現 (D)可靠性的表現
- 26 有保險公司針對影歌星的身體部位（例如美腿）推出個人化的保單，這是何種行銷策略？
(A)區隔化行銷 (B)個人化行銷 (C)集中化行銷 (D)無差異行銷
- 27 下列有關廠商「推廣預算」決定方法的說明，何者錯誤？
(A)「銷售百分比法」的優點是把銷售額當成「因」、推廣預算當成「果」
(B)「量力而為法」乃根據廠商本身的財力來編列推廣預算，故推廣及其他行銷活動會受到經費的限制
(C)「跟隨競爭法」可以使廠商推廣活動的規模和競爭者不致相差太遠，可以避免在競爭中失敗
(D)「目標任務法」將推廣預算建立在目標與任務的基礎上，可促使行銷人員注重目標的設定與活動的執行
- 28 下列「行銷績效評估」的方法中，那一項是屬於「非財務面」的分析？
(A)獲利力分析 (B)銷售分析 (C)市場服務分析 (D)行銷費用與成本分析
- 29 壽險業務員在銷售保單時，一邊介紹保單相關的資訊（生產），而顧客也一邊吸收、理解資訊（消費）。這種現象稱為：
(A)服務的易變性 (B)服務的無形性 (C)服務的不可分割性 (D)服務的不可儲存性

- 30 企業策略通常包含「競爭場域」、「競爭方法」以及「進入或退出時間」三大構面，下列那些項目屬於「競爭方法」這個構面？①策略性資產 ②爭取目標市場 ③顧客價值主張 ④服務品質策略
(A)①②③ (B)①③④ (C)②③④ (D)①②③④
- 31 直接通路對壽險公司來說是極為重要的通路，請問壽險公司採用直接通路有那些好處？①較能維持一致的服務品質 ②降低消費者的知覺風險 ③有利於跨國經營 ④較能維持保險商品或企業的獨特競爭力
(A)①②③ (B)①②④ (C)②③④ (D)①②③④
- 32 某保險公司想要在其目標客戶的心中建立一個獨特的形象，稱之為：
(A)定位 (B)區隔 (C)策略 (D)屬性
- 33 保險業自 103 年 8 月即開放網路投保業務，下列那些特性有助於在網路上銷售保險產品？①產品數位化 ②服務流程標準化 ③產品與服務人性化 ④網站環境的親和力
(A)①②③ (B)①②④ (C)②③④ (D)①②③④
- 34 對某壽險公司而言，若某人壽保險商品目前在市場上成長率低，但相對市場占有率高，以 BCG 矩陣 (BCG Matrix) 的角度來看，這種商品是一種：
(A)金牛商品 (B)明星商品 (C)落水狗商品 (D)問題商品
- 35 廠商在關切銷售目標是否達成之際，亦會進行「行銷費用與成本分析」。常用來進行此分析的比率有那些？①推廣費用占銷售金額的比率 ②公關支出占推廣費用的比率 ③人員銷售的費用占推廣費用的比率 ④行銷行政及管理支出占銷售金額的比率
(A)①④ (B)②③ (C)①②③ (D)①②③④
- 36 因應網路特性而創造出的推廣與促銷方式有那些？壽險公司亦可採用之。①公共關係 ②整合行銷 ③電子折價券 ④網路互動遊戲
(A)①② (B)③④ (C)②③④ (D)①②③④
- 37 近年來行銷道德越來越受到重視，下列有關行銷道德的敘述，何者錯誤？
(A)重視行銷道德可以帶來永續經營的正面效益
(B)用「功利主義」來判斷是否符合行銷道德，是屬於「原則取向」的一種判斷標準
(C)保險行銷道德可以分為法律性道德、專業性道德與社會性道德三個構面
(D)讓專業知識不足的新手業務員與客戶洽談保險事宜並不違法，但卻違反了專業性道德
- 38 下列有關顧客關係管理關鍵要素之敘述，何者錯誤？
(A)顧客關係管理之目的，在於透過顧客滿意度與忠誠度，來達到公司的利潤目標
(B)顧客關係管理的流程，可以分為吸引、維持及提升三個步驟
(C)顧客關係管理的對象，是公司所有的客戶
(D)顧客關係管理在運作上，必須整合公司的人力、流程與科技
- 39 下列有關行銷溝通的敘述，何者錯誤？
(A)行銷溝通乃是藉由與顧客分享資訊、觀念或感覺，進而影響其知覺、興趣、慾望或行為之過程；其中又以「觀念」的分享，最能打動顧客的心，達到溝通效果
(B)保險業者行銷溝通的對象，除了目標顧客之外，也包括其他「利益攸關團體」
(C)隨著網路與臉書之類的新媒體興起，消費者在某種程度上已經取得行銷溝通的主導權
(D)行銷溝通要素包含：廣告、人員銷售、銷售促進及公共關係
- 40 在衡量顧客滿意度時，常用的評估標準包括那些？①不吻合模式 ②歸因理論 ③期望績效 ④公平理論
(A)①②③ (B)①②④ (C)②③④ (D)①②③④